

# 帮爸妈抢到门票够你吹一年 刀郎演唱会咋成尽孝硬通货



刀郎

“自己看演唱会抢不到票无所谓，妈妈要去看刀郎，哪怕再找八个人帮忙也一定要抢到。”“刀郎太火了，我帮爸妈抢了两次都抢不到，比我抢过的其他明星都难抢。”近日，有网友发帖称。

在各个社交平台，“刀郎演唱会门票已成尽孝硬通货”成为热门话题。在大麦网上，演唱会北京站的“想看人数”达到51万，上周末开场的合肥站更是达到88万，其火爆程度让许多年轻人大大为震惊。

53岁的刀郎靠什么再次引起轰动？中老年人怎么也开始了追星之旅？

## A

### 中老年人有自己的“霉霉”

他（刀郎）身着一件黑色短袖T恤与牛仔裤，朴素得像邻家大叔。他一首接着一首地唱歌，场内座无虚席，万人齐声合唱，大量没有票的歌迷一直站在场外支持。

纵观今年的演出市场，“刀郎演唱会”算得上现象级。甚至不少人调侃，中老年群体也有了自己的“霉霉”。

今年8月，刀郎在故乡四川资中举办“山歌响起的地方”线上演唱会，整场直播累计约6000万人次观看，点赞数超7亿。一个多月后，“山歌响起的地方刀郎2024巡回演唱会”正式启动，不仅门票迅速售罄，更因火爆的市场需求临时宣布在合肥和厦门增设场次。

刀郎南京演唱会的观众画像显示，半数观众为“60后”“70后”，“95后”“00后”占比仅20%。刀郎的音乐为何能如此打动中老年人？

其实，对于许多中老年人来说，刀郎的音乐很大程度上承载着他们的青春记忆，成为他们心灵深处的一部分。每当旋律响起，他们仿佛被带回了那段青涩岁月，再次体验当年的美好与感动。

此外，刀郎的音乐不仅旋律优美，而且风格多样，富含中国传统文化元素。例如，《罗刹海市》《翩翩》等歌曲就是源于蒲松龄的《聊斋志异》以及大量民间传说和典故。他的歌曲背后往往都有一个故事，其中有悲欣、思念，也有祝福。他用词曲中流露出的质朴真情与观众进行心灵对话，正如他在《爱是我》中唱的：“就算生活给我无尽的苦痛折磨，我还是觉得幸福更多。”

## B

### 抢票抢出“坐过山车感觉”

目前刀郎演唱会已在包括广州、南京、澳门、厦门等多地举行，票价分为480元、680元、880元、1080元和1280元五个档。最近的一场是在12月14日~15日的合肥站，今年的最后一场为北京站，时间为12月28日~29日以及2025年1月4日~5日。

小瑜是来自安徽的“95后”，在7日合肥站的第一轮开票中为其父亲抢到了680元的门票。谈及抢票过程，小瑜称“如坐过山车般地跌宕起伏”。

“爸爸一直对刀郎的歌感兴趣，这半年刀郎各个城市开演唱会，他便掩不住想去看的心。本来南京场是第一选择，但因为那个周末有事，最后决定冲一冲合肥场。”小瑜称，自己之前经常看周杰伦演唱会，时常感慨票难抢，但没想到刀郎的票也如此火爆，“代拍”的价格简直飞上天。

小瑜称，开票前夕有联系过“代拍”，价格也能接受，但是后来“代拍”突然不接单了。小瑜决定还是自己抢，前前后后还找了5个朋友一起帮忙。

“当时周六晚480元的票秒没，这个结果我并不吃惊，好像从‘代拍’这条路断了后就觉得不太能抢到了。”随后小瑜还是抱着负责到底的



刀郎厦门演唱会现场 受访者供图

态度，继续蹲守周日晚的开票，并且改变了策略，从480元转战680元。“这一次从倒计时两秒开始一直触碰屏幕，之后就丝滑地进入了付款界面，顺利抢到票。”小瑜称。

“也许是上天都在帮我给爸爸圆梦。”小瑜感叹，一切仿佛安排好的一样，自己有亲戚花了2000元找“代拍”都竹篮打水一场空，但这次自己“裸抢”上阵却成功了，而且还是680元区域的第一排。

盘古智库高级研究员江瀚表示，刀郎演唱会的火爆反映了其极高人气和广泛受众基础。除了年轻人，刀郎也深受中老年群体的喜爱，这打破了传统意义上对歌手受众群体的刻板印象，也体现了消费者对文化娱乐消费需求的提升。

## C

### “抢不到没事，不要加价买”

演唱会主办方此前发布的官方购票说明显示，刀郎演唱会与大麦、猫眼电影、携程旅行、同程旅行进行了门票的销售合作。截至发稿，合肥站各个平台门票已经全部售罄。虽然演唱会热度高，“一票难求”，但不少父母还是保持理性，并不鼓励孩子加价买票。

“前几天给我打电话，闲聊了一个多小时刀郎。”“90后”小佳表示，“60后”的父母自今年开始喜欢上刀郎后，便在短视频平台疯狂刷他的视频。

“他们不喜欢学新东西，购票软件用不习惯，手速也不够。”小佳称，父母得知刀郎今年要开演唱会后便一直关注。由于小佳在北京工作，父母便要求她帮忙抢月底北京站的门票。“看了之前刀郎在其他城市的开票情况才知道，原来这么难抢，黄牛会加价那么多。”

她表示，等16号北京场开票后自己一定全力以赴，不行就找朋友一起帮忙抢，但她也明确表示如果抢不到就作罢，“（父母）他们也知道黄牛怎么回事，说抢不到算了，肯定不会让我加价买。”

和小佳的父亲一样，小瑜的爸爸也十分理性。“其实我能感受到他想去现场的心情，这毕竟是他人生第一次看演唱会。但他还是多次说不要加价买票，能抢到就去，抢不到也没事。”小瑜表示。

此外，在社交平台，有抢到票的网友发帖称，自己抢到了合肥站原价880元的门票，但为了让父母更无负担地享受演唱会，便告知他们门票只需380元。

## 纵深

### 被低估的中老年消费力

曾经，“价格敏感”是社会对中老年人的刻板印象，但随着受教育程度提高、对新事物接受程度增强，中老年人开始关注自身的情感需求与社交属性，在有消费实力的基础上，消费观正逐渐发生变化。

“为情怀买单”是他们看演唱会的主要需求。除此之外，演唱会带给他们的社交属性也不容小觑。在观看中，他们会用拍摄短视频、发朋友圈等形式满足自己的社交分享欲望，从而收获满足感，而这也是中老年人“表达自我”与“寻求认同”的有效出口。

今年8月30日，刀郎曾在自己的视频号上开启线上演唱会直播。当晚，直播观看人次6000万，点赞数超7亿。在其视频号评论区，不少网友称自己是60多岁甚至70岁的歌迷，第一次在线上感受演唱会，并在线催促其尽快开启线下巡回。

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2024年6月，中国网民规模近11亿人，较2023年增长742万人，其中，50岁~59岁、60岁及以上群体分别占新增网民的15.2%和20.8%，短视频成为新增网民“触网”重要应用，越来越多“银发族”开始从短视频平台获取信息的同时，也找到了新的消费渠道。

对此，小佳深有同感，她表示父母之前经常在网上看一些演出视频，会觉得去现场看演唱会“太奢侈，心疼钱”，但是真带着父母到现场看完之后，他们都会觉得钱花得很值。

此外，在社交平台上，也有网友表示父母看演唱会前后的大转变：给父母买凤凰传奇演唱会门票前，他们百般阻挠“乱花钱，不爱看”，买完之后的态度依然是“抓紧退，我们不去”，但去现场之后变成了“非常震撼，下次还去”。

中国演出行业协会票务信息采集平台监测和调研测算，2024年三季度全国营业性演出（不含娱乐场所演出）场次17.33万场，同比增长16.27%，票房收入208.10亿元，同比增长41.10%，观众人数5736.65万人次，同比增长17.51%。

另据艾媒咨询数据，2023年中国演出市场规模达739.94亿元，创历史新高，到2026年预计将达到1017.03亿元。

大幅增长的演出市场背后蕴含着巨大的消费潜力，越来越多中老年人开始愿意为情绪价值买单。

作为刀郎演唱会的票务方之一，携程方面表示，刀郎演唱会成为今年不可小觑的一场奇观，上至七旬老人，下到十岁孩童都在携程购买了刀郎演唱会的门票，年龄跨越60个年头。

除了刀郎，凤凰传奇、刘德华、张学友等歌手也备受中老年观众喜爱。猫眼网站数据显示，“40+”歌迷是今年“张学友60+个唱”的购票主力群体，这与以往演艺市场对“40+群体”的票房画像大相径庭。

江瀚表示，“演唱会作为年轻人的专属”这一观念在一定程度上低估了中老年人的消费力。“中老年的消费趋势确实在发生转变。他们不再仅仅满足于物质层面的消费，而是更加注重精神层面的满足和情感体验。他们可以通过音乐、舞台表演等形式获得情感上的共鸣和愉悦。此外，当他们愿意为高质量的演出和贴心的服务买单时，也为演唱会等文娱产业的发展提供了新的机遇。”

同时，江瀚提出，演唱会票务方和主办方未来应该充分考虑中老年的购票需求，降低购票操作门槛不仅有助于提升他们的购票体验，还能进一步拓展演唱会等文化娱乐活动的受众基础。例如，可以开发更加简洁的购票软件界面，提供语音导航和人工客服等支持服务；同时，也可以考虑在实体售票点增加中老年专属的购票窗口或服务人员，或者和社区、老年大学等机构合作，开展针对中老年的购票培训和宣传活动等。

据中新经纬、川观新闻、华声在线、扬子晚报